

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pertumbuhan usaha restoran di kota Bandung berjalan sangat pesat. Restoran-restoran ini berkembang dengan berbagai diferensiasi . Hal ini disebabkan tuntutan pasar yang mengharapkan fungsi restoran yang tidak hanya sebagai tempat menyantap hidangan tetapi juga sebagai tempat untuk bersantai, tempat membina hubungan kekerabatan, dan sebagai tempat untuk menjalin hubungan bisnis. Adanya setiap diferensiasi ini menyebabkan timbulnya ciri khas pada setiap restoran. Ciri khas ini penting karena ciri khas suatu restoran merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi restoran tersebut.

Dari banyaknya restoran yang terus berkembang dengan berbagai inovasi dan kreatifitas masing-masing pengelola restoran, maka persaingan di dunia restoran akan menjadi semakin ketat dan sehat karena setiap restoran akan berupaya mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin dengan kualitas restoran yang semakin ditingkatkan baik dalam segi produk yang ditawarkan maupun pelayanan.

Selain dari beberapa usaha yang dilakukan oleh restoran, semua restoran menyadari bahwa *instore* dan *outstore* restoran tidak boleh dilupakan untuk memberikan daya tarik kepada konsumen. Desain bangunan, suasana yang diciptakan, kenyamanan untuk menyantap hidangan yang disajikan memang tidak dapat dilepaskan dari peranan *store atmosphere* pada restoran yang bersangkutan.

Dalam satu sisi memang konsumen ingin selalu mendapatkan sesuatu dan sekaligus mendapatkan sesuatu yang lain lagi, demikian halnya dengan pembelian yang mereka lakukan.

Di satu sisi mereka menginginkan suatu produk seperti yang diharapkan, tetapi di sisi lainnya juga konsumen seringkali ingin mendapatkan suasana yang santai sebagai media hiburan.

Untuk mampu membuat *store atmosphere* seperti yang diharapkan konsumen, perlu dilakukan suatu penelitian yang mengarah kepada identifikasi karakteristik konsumen. Berdasarkan pada identifikasi karakter konsumen tersebut nantinya dapat dilihat sebagai acuan dalam pembentukan *store* sebagai salah satu daya tarik keputusan pembelian konsumen.

Pengkondisian lingkungan restoran yang memadai dapat memberikan peluang positif terhadap kemungkinan peningkatan daya saing restoran diantara sekian restoran sejenis yang saling berlomba untuk menarik konsumen sebanyak mungkin.

Restoran Pandan Wangi adalah sebuah restoran sunda yang menyajikan aneka makanan dan minuman. Restoran ini selain menyajikan produk dengan rasa yang khas dan tergolong tidak terlalu mahal, juga menciptakan suatu suasana yang nyaman dengan melakukan desain internal maupun eksternal restoran untuk memberikan daya tarik kepada konsumen. Dengan jumlah 20 meja, restoran ini mampu menampung konsumen sejumlah 80 sampai 92 orang, 20 meja terdiri dari 17 meja dan 3 meja lesehan. Daya tampung untuk kendaraan roda empat adalah sejumlah 10 unit dan mampu menampung kendaraan roda dua sejumlah 6 sampai 8 unit dalam kondisi parkir penuh.

Restoran ini buka dari pukul 10.00 wib sampai pukul 21.00 wib, yang lokasinya adalah di jalan Srimahi no 42. Dimana lokasi ini terletak diantara 2 jalan utama yaitu Jalan BKR(Lingkar Selatan) dan Jalan Mochamad Ramdhan. Restoran Pandan Wangi ini memiliki beberapa menu makanan yang khas seperti contohnya Ayam Ungkep, Sambel Jengkol, Tumis Daun Pepaya dengan minuman Es Pandan Wangi yang khas dan lain-lain.

Restoran ini sudah berdiri hampir 3 tahun terhitung semenjak Februari tahun 2006 restoran ini didirikan, dan restoran ini sudah memiliki konsumen kurang lebih 170 sampai 200 orang seharinya termasuk makanan yang *didelivery*. Dan dari waktu 3 tahun ini Restoran Pandan Wangi menunjukkan peningkatan omset yang cukup signifikan. Dan dari data tersebut dapat dilihat bahwa makanan yang disajikan oleh restoran ini dapat diterima oleh masyarakat dan cukup digemari, karena restoran ini sudah memiliki pelanggan tetap yang cukup banyak.

Sejak awal restoran Pandan Wangi ini berdiri, restoran ini sempat mengalami beberapa kali tambahan perubahan *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menarik lebih banyak konsumen untuk datang dan juga untuk memberikan *atmosphere* yang lebih nyaman bagi konsumen ketika menikmati makanan di dalam restoran tersebut. Ada beberapa benda yang bernuansakan sunda yang ditambahkan di dalam restoran tersebut seperti Suling Sunda , Angklung ,gambar pemandangan sawah dan lain-lain yan diatur sedemikian rupa sehingga menambah kesan sunda pada restoran ini.

Hal mengenai perkembangan restoran ini, menarik perhatian bagi saya karena restoran ini memiliki jumlah pelanggan yang terus bertambah. Tapi dari penelitian ini saya ingin mengetahui, apakah *atmosphere* dari restoran Pandan Wangi ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dilihat dari *desain interior* dan *outstorenya* memang restoran Pandan Wangi ini berusaha menampilkan atau menunjukkan nuansa sunda, meski *desain* ini juga terkesan cukup modern karena nuansa yang terlihat adalah nuansa gabungan sunda yang agak modern.

Oleh karena itu kemudian saya ingin meneliti lebih lanjut hal ini dalam judul “Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen”. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang bersangkutan.

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *store atmosphere* yang meliputi *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* secara bersamaan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Restoran Pandan Wangi Bandung?
- b. Diantara *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* dalam *store atmosphere*, variabel mana yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Restoran Pandan Wangi?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan tersebut, maka tujuan dari pembahasan ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* yang meliputi *instore* dan *outstore* secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Pandan Wangi.
- b. Untuk mengetahui variabel yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantara *instore* dan *outstore atmosphere* pada Restoran Pandan Wangi.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan: dapat digunakan sebagai dasar untuk menetapkan berbagai kebijakan sebagai upaya untuk memikat keputusan pembelian konsumen.
- b. Bagi masyarakat luas: memberikan bacaan kepada masyarakat dengan mengambil tema tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen

c. Bagi penulis: meningkatkan pengetahuan penulis khususnya berkaitan dengan lingkungan pemasaran.

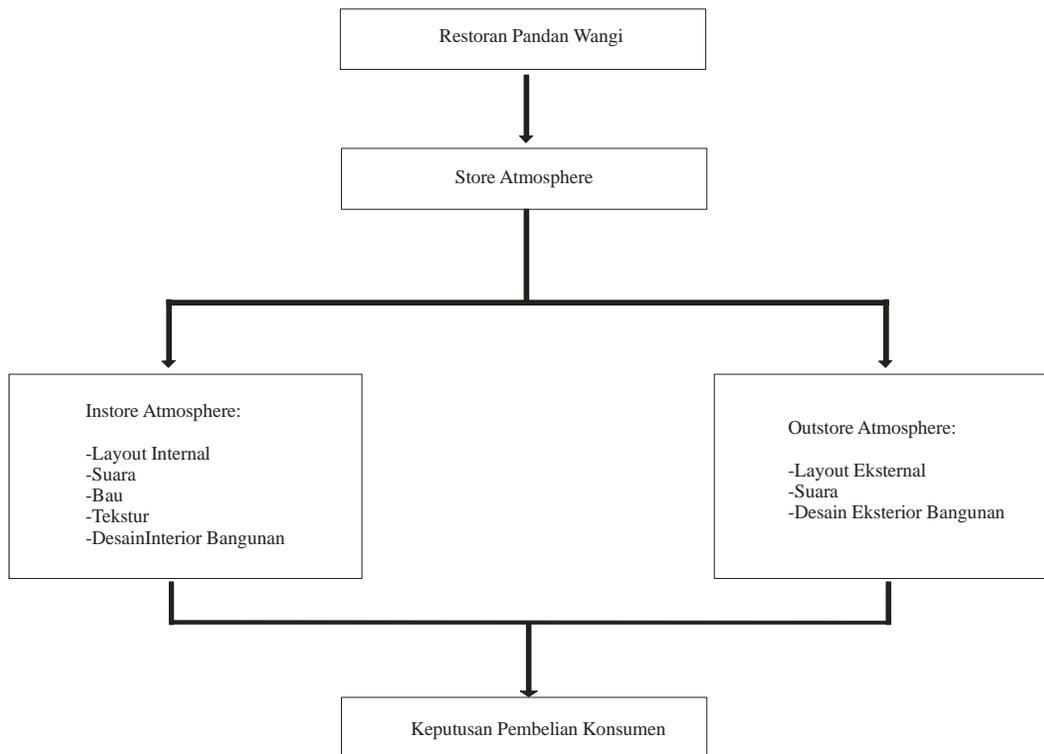
1.5.Rerangka Pemikiran

Restoran Pandan Wangi merupakan suatu usaha yang menyediakan produk makanan yang memiliki peranan memenuhi kebutuhan konsumen. Dewasa ini, persaingan antar penyedia produk semakin ketat. Akhirnya setiap restoran dituntut memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumennya selain harga yang bersaing dan rasa yang lebih cocok dengan konsumen. Kemudian konsumen memilih restoran mana yang dianggap sesuai atau cocok dengan kriteria mereka.

Berikut gambar yang menunjukkan hal yang mempengaruhi keputusan konsumen diluar harga dan kualitas masakan:

Gambar1.1

**Pengaruh *Instore* dan *Outstore Atmosphere*
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**



Sumber: **Sutisna (2001,164)**

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, kerangka pemikiran, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESA PENELITIAN

Berisikan landasan teori yang sesuai dan menunjang penelitian dan pengembangan hipotesis dalam penelitian ini

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan semua prosedur dan instrumen yang digunakan beserta variabel serta reabilitasnya.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisikan sorotan objektif peneliti terhadap hasil-hasil penelitiannya dan menjelaskan isu-isu dalam penelitian dan memberikan jawaban atas permasalahan dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan pemaknaan penelitian secara komprehensif berdasarkan hasil penelitian dan rekomendasi atau saran yang dapat ditunjukkan pada pembuat kebijakan, pengguna hasil penelitian dan kepada peneliti berikutnya.

